

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
(Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Warga di
Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Bisnis**



Oleh:

**Dimas Fajar Suhendro
1403189**

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2020**

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
(Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Warga di
Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor)

Oleh:
Dimas Fajar Suhendro
1403189

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Dimas Fajar Suhendro
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2020


Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
(Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Warga di
Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor Jawa
Barat)**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I


Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd., S.Sos., MM.
NIP. 19690404 199903 1 001

Pembimbing II


Lisnawati, S.Pd., MM
NIP. 1985011 2201012 2 005

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Pendidikan Bisnis


Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
NIP. 19820830 200502 2 003

Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis


Dimas Fajar Suhendro
1403159

PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli (Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Keluarga di Perumahan Vila Mahkota Pesona)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan



Dimas Fajar Suhendro

ABSTRAK

Dimas Fajar Suhendro (1403189) **“Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei pada Minat beli Mobil Wuling pada Warga di Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor)”** dibawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd., S. Sos., MM. dan Lisnawati, S.Pd., MM

Mobil merupakan alat transportasi yang sangat dibutuhkan dan banyak diminati oleh masyarakat. Wuling merupakan salah satu perusahaan penjual mobil yang berada di Indonesia, namun pada tahun 2018-2019 Wuling mengalami penurunan penjualan, minat beli yang rendah adalah penyebab keadaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh (1) gambaran tingkatan citra merek, (2) gambaran minat beli, (3) besarnya pengaruh citra merek terhadap minat beli. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode yang digunakan adalah *cross sectional* dengan ukuran populasi sebanyak 588 dan sampel sebanyak 238 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *simple random sampling*. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran citra merek berada pada kategori tinggi, sedangkan gambaran minat beli berada pada kategori rendah. Citra Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Citra Merek, Minat Beli

ABSTRACT

Dimas Fajar Suhendro (1403189) “The Influence of Brand Image toward the Purchase Intention (Survey on Purchase Intention Wuling Car on Family Resident Vila Mahkota Pesona Bogor Regency)” under supervision of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd., S. Sos., MM. and Lisnawati, S.Pd., MM

Car is a very needed transportation and much demand by the community. Wuling was one of the car sales in Indonesia, but in 2018-2019 Wuling suffered a decline in sales, low purchase intention was the cause of the situation. The purpose of this research: (1) description of the brand image level, (2) description of the purchase intention, (3) the influence of the brand image on purchase intention. The type of this research are descriptive and verificative. The method used is cross sectional with a population size of 588 and a sample of 238 respondents. The method used is simple random sampling. The findings in this research show that the brand image is high in category, while the purchase intention is low. Brand image has a positive and significant influence on purchase intention.

Keyword: Brand Image, Purchase Intention

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR.....	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN,	
HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis dan Metode Penelitian yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	Error! Bookmark not defined.

Dimas Fajar Suhendro, 2020

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI

(Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Warga di Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.3	Rancangan Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Rancangan Analisis Data Deskriptif...	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Rancangan Analisis Data Verifikatif ..	Error! Bookmark not defined.
3.4	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		
Error! Bookmark not defined.		
4.1	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Profil Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Gambaran Umum Karakteristik dan Pengalaman Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Pengujian Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek .	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli ...	Error! Bookmark not defined.
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Pengujian Hipotesis Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Pembahasan Gambaran Citra Merek ..	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Pembahasan Gambaran Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Pembahasan Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.5	Implikasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis ...	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Implikasi Hasil Penelitian Citra Merek terhadap Minat Beli pada Pembelajaran Program Studi Pendidikan Bisnis	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.		
Error! Bookmark not defined.		
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Rekomendasi.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		8
LAMPIRAN		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sanusi. (2011a). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- A. Sanusi. (2011b). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- A, D. R., & Firdausy, C. M. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Honda Brio Satya Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Jakarta*. 156–161.
- AISI. (2020).
- Alfian. (2012). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Polman*. 94.
- Ali, M. (1985). *Penelitian Kependidikan: Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Ali, M. (2013). *Penelitian Kependidikan Prosedur Dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Ambarwati, M. D. (2015). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25.
- Arifin. (2011). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Arifin, S. (2016). *Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study*. *Journal of Economics and Business, Sarawak*.
- Arikunto, S. (2009). *Dasar-dasar evaluasi pendidikan*. Jakarta: Aneka Cipta.
- Aryadhe, P., & Rastini, N. M. (2016). *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Ulang di PT Agung Toyota Denpasar*. 5(9), 5695–5721.
- Asty, F. (2020). *Pengaruh Country Of Origin Brand (Coob) Terhadap Keputusan Pembelian Merek Otomotif Wuling Motors (Studi Kasus Pada Generasi Y Di Jakarta Selatan)*.
- Augusty Ferdinand. (2011). *Structural equation modeling dalam penelitian manajemen Undip Semarang*.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung*. 22.
- Broto, V., & Rudy S. (2016). *Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Agya Pada Pt.Hasjrat Abadi Cabang Bitung Analysis*. 4(2), 154–163.
- Byun, K.-A., & Dass, M. (2015). *An investigation of the effects of product recalls on brand commitment and purchase intention*. *Journal of Consumer Marketing*, 32(1), 1–14. <https://doi.org/10.1108/JCM-06-2014-1000>
- Cazier, J., Shao, B., & Louis, R. St. (2017). *Value Congruence, Trust, and Their Effects on Purchase Intention and Reservation Price*. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 8(4), 1–28. <https://doi.org/10.1145/3110939>
- Chen, M.-F., & Lee, C.-L. (2015). *The impacts of green claims on coffee*

- consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 117(1), 195–209.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2013-0196>
- cncbincindonesia.com*. (2019). Retrieved from
<https://www.cncbincindonesia.com/news/20191115125608-4-115543/ini-fakta-terbaru-lesunya-konsumsi-daya-beli-masyarakat-ri>
- covesia.com*. (2019). Retrieved from
<https://covesia.com/news/baca/90253/gaikindo-rilis-penjualan-mobil-terlaris-di-indonesia-tahun-2019-avanza-teratas>
- Cozby, P. C. dan S. C. (2012). *Method in Behavioral Research McGraw Hill*.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dama, D. (2016). Analysis Of Factors Affecting Interest Buy Consumers In Selecting Acer In Lestari Store Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16.
- Dirsehan, T., & Kurtuluş, S. (2018). Measuring brand image using a cognitive approach: Representing brands as a network in the Turkish airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 67(May 2017), 85–93.
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.11.010>
- gaikindo.or.id*. (2020). Retrieved from <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- Gaikindo.or.id*. (n.d.).
- Gaikindo.or.id*. (2020). Retrieved from <https://www.gaikindo.or.id/geliat-prospek-dan-tantangan-industri-otomotif-indonesia>
- Gogoi, B. . (2013). Study Of Antecedents Of Purchase Intention And Its Effect On Brand Loyalty Of Private Label Brand Of Apparel. *International Journal of Sales & Marketing*, 3, 2013(2), 73–86.
- Hardiansyah, B. (2020). Pengaruh Dimensi Citra Merek Pada Niat Beli Konsumen Mobil Honda Jazz Di Bandar Lampung. In *Psikologi Perkembangan*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta : PT. Buku Seru.
- Hawkins, D., Mothersbaugh, D., & Best, R. (2016). *Consumer Behavior*.
- Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2015). Brand Management - Research, theory and practice. In *Book*. <https://doi.org/10.4324/9780203996171>
- Jackson S. L. (2012). *Research Methods And Statistics: A Critical Thinking Approach California: Cengage Learning. 4th Editio*.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). *The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Brand Image And Purchase Intention An Empirical Study In The Automobile". Marketing Intelligence & Planning*.
- Jeng, S. P. (2016). The influences of airline brand credibility on consumer purchase intentions. *Journal of Air Transport Management*, 55, 1–8.
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.04.005>
- Keller, K. L. (2013). *Brand Strategic Management. Fourth Edition*. Pearson.
- Keller, Kevin Lane. (2013). Strategic Brand Management. In *Brand* (Vol. 58).
<https://doi.org/10.2307/1252315>
- Kerlinger. (2006). *Asas-asas Penelitian Behaviour* (3rd ed.). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Dimas Fajar Suhendro, 2020

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI

(Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Warga di Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Khalid, I., Qader, A., & Omar, B. (2013). The Evolution of Experiential Marketing: Effects of Brand Experience among the Millennial Generation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(7), 331–340. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v3-i7/57>
- Kotler, Philip and Armstrong, G. (2015). Marketing Management. In *Neurobiology of Brain Disorders*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-398270-4.00001-X>
- Kotler, Philip and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. United States of America: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing. *World Wide Web Internet And Web Information Systems*, 785. <https://doi.org/10.2307/1250103>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1250103>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. In *Dictionary of Marketing Communications*. <https://doi.org/10.4135/9781452229669.n2040>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kowang, T. O., Samsudin, S. A., Yew, L. K., & Hee, O. C. (2018). Factors Affecting Car Purchase Intention among Undergraduates in Malaysia Factors Affecting Car Purchase Intention among Undergraduates in Malaysia. 8(8), 80–88. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i8/4437>
- L., A. (2011). *Penulisan Karya Ilmiah*. Salatiga. STAIN-Salatiga Press.
- Latif, W. Bin. (2016). Outcomes of Brand Image: A Conceptual Model. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 10(3), 1–4.
- Latif, W. B., & Islam, A. (2016). Outcomes of Brand Image: A Conceptual Model. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 10(3), 1–4.
- Linda Sari. (2019). Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Religi Masjid Agung Islamic Centre Kabupaten Rokan Hulu. 1(2), 12–17.
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Di Kota Padang. 03(02), 123–136. <https://doi.org/10.31575/jp.v3v2.146>
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research an Applied Orientation*. New jersey: Pearson.o Title.
- Malik, M. E., Ghafoor, M. M., Iqbal, H. K. (2013). Impact Of Brand Image And Advertisement On Consumer Buying Behavior. (23(1)), 117–122.
- Martínez, P., Pérez, A., & del Bosque, I. R. (2014). CSR influence on hotel brand image and loyalty. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 27(2), 267–283. <https://doi.org/10.1108/ARLA-12-2013-0190>
- Martins, J., Costa, C., Oliveira, T., Gonçalves, R., & Branco, F. (2018). How smartphone advertising influences consumers' purchase intention. *Journal of Business Research*, (August 2017), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.047>
- Meulen, H. B. and H. van der, & ROUTLEDGE. (2015). *Consumer Behaviour and Economic Growth in the Modern*.
- Mohammed, A. B. (2018). *Selling Smartphones to Generation Z: Understanding*

Dimas Fajar Suhendro, 2020

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI

(Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Warga di Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Factors Influencing the Purchasing Intention of Smartphone*. 13(6), 3220.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian Bogor: Ghalia Indonesia*. 6.
- Nirwana, S. S. (1994). *Analisis Korelasi Dan Regresi Bandung: Pelayanan Stitistika Fpmifa Unpad*.
- Noor juliansyah. (2013). *Metodologi penelitian skripsi, tesis, disertasi dan karya Ilmiah. Jakarta: kencana*.
- Nyadzayo, M. W., Matanda, M. J., & Ewing, M. T. (2015). The impact of franchisor support, brand commitment, brand citizenship behavior, and franchisee experience on franchisee-perceived brand image. *Journal of Business Research*, 68(9), 1886–1894. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.12.008>
- otomotif.antaranews.com. (2017). Retrieved from <https://otomotif.antaranews.com/berita/678432/daftar-15-mobil-terlaris-2017>
- otomotif.tempo.co. (2018). Retrieved from <https://otomotif.tempo.co/read/1166774/15-mobil-terlaris-2018-toyota-avanza-mitsubishi-xpander-sengit/full&view=ok>
- Paramesthin, R. M., & Pramono, J. (2019). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Niat Beli Yang*. 599–614.
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Ramadhani, U., Wibowo, L. A., & Widjajanta, B. (2019). Minat Beli: Peran Citra Merek yang Dipersepsikan oleh Konsumen Produk Otomotif. *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 19(1), 19. <https://doi.org/10.17509/strategic.v19i1.17666>
- Ratri, L. E. (2010). *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) operator Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi, Undip, Semarang*.
- Recebedo Aceito. (2011). *Brand Relationships on Retailing: The Impact of Image on Behavioral Intentions of Consumers*.
- Reza Salehzadeh, Javad Khazaei Pool, A. H. J. N. (2016). *Exploring the Relationship between Corporate Social Responsibility, Brand Image and Brand Equity in Iranian Banking Industry*.
- Ridwan. (2013). *Belajar Mudah Penelitian. Bandung: Alfabeta*.
- Rizky, M. Fakhru, & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 No 2. Retrieved from Issn 1693-7619
- Rose, G. M., Merchant, A., Orth, U. R., & Horstmann, F. (2016). Emphasizing brand heritage: Does it work? And how? *Journal of Business Research*, 69(2), 936–943. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.021>
- Rumengan. (2013). *Metodelogi Penelitian Bandung Cipta Pustaka*.
- Samuel, H., & Lianto, A. S. (2014). Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust Dan Minat Beli Produk Smartphone. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Customer Behavior 8th Edition New Jersey:Prentice Hall*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). Consumer Behaviour: A European Outlook. In *Pearson Education*.

Dimas Fajar Suhendro, 2020

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI

(Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Warga di Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Sekaran, Uma. (2013). *Methods for Business*. Chennai, India: John Willey & Sons Ltd.
- Sekaran, U. (2009). *Research Methods for Business*. West Sussex: John Wiley & Sons. 5.
- Shahin Sharifi, S. (2014). Impacts of the trilogy of emotion on future purchase intentions in products of high involvement under the mediating role of brand awareness. *European Business Review*, 26(1), 43–63. <https://doi.org/10.1108/EBR-12-2012-0072>
- Sitepu, N. S. (1994). *Analisis Regresi dan Korelasi* (Bandung). Unit Pelayanan Statistika Jurusan Statistika FMIPA UNPAD.
- Solomon, M., Gary B., Soren A., dan M. K. . (2010). *Consumer Behaviour A European Perspective. Fifth Edit.*
- Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2013). *Consumer Behaviour: A European Perspective*-Pearson Education Limited. In *Pearson Education* (Vol. 5).
- Sugiyama, A. G. (2013). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen. Edisi Pertama, Bandung:Guardaya Intimarta.*
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian bisnis (pendekatan kuantitatif,kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Kombinasi Bandung Alfabeta.*
- Sugiyono. (2014b). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Supangat, A. (2006). *Statistika untuk ekonomi dan bisnis Bandung: Pustaka.*
- Suryabrata, S. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tam, J. L. M., & Tam, J. L. M. (2016). *Customer Satisfaction , Service Quality and Perceived Value : An Integrative Model*. 1376(August), 37–41. <https://doi.org/10.1362/0267257041838719>
- Tanuwidjaya, T., & Hikmah. (2020). Pengaruh Citra Merek, Periklanan Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Pt Bpr Dana Fanindo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 1967–1976. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28047>
- Thanomsub, M. (2014). *Factors Affecting Consumer's Purchase Intention toward Japanese Car in Bangkok.*
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy.*
- Tumbuan, W. J. F. A. (2018). Exploring the Brand Origin Effect on Chinese Automobiles : a Case Study of Wuling Motors in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 4163–4172.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- www.industrial-tourism.com. (n.d.).
- www.pengertianku.net. (n.d.).

Dimas Fajar Suhendro, 2020

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI

(Survei pada Minat Beli Mobil Wuling pada Warga di Perumahan Vila Mahkota Pesona Kabupaten Bogor)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

